

УДК 004.58

Студ. Т. А. Мельникова

Науч. рук. доц. Т. П. Брусенцова

(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С АУДИТОРИЕЙ СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ

В наши дни обратная связь пользователей с разработчиками очень важна. Обратная связь – это не только отправка писем на e-mail, это различные опросы, предложения, формы, тесты.

В данной теме можно разобрать 3 основных вопроса:

- 1) В каких ситуациях уместно спрашивать мнение пользователей о сайте или сервисе;
- 2) Как обратиться к клиентам, чтобы они отреагировали;
- 3) Виды обратной связи.

В каких ситуациях уместно спрашивать мнение пользователей о сайте или сервисе.

Расскажу о собственном опыте в роли клиента. Недавно я совершала покупку в интернет-магазине велосипедов. Я оставила заказ на покупку велосипеда, но не была уверена в нём и попросила в графе «Комментарии к заказу» мне перезвонить.

Мне перезвонили через 5 минут и спросили, что меня интересует по данной модели, я задала кучу вопросов, на которые консультант терпеливо ответил. После окончания разговора мне на почту пришло письмо. В нем я прочитал: «Только что Вы общались с сотрудником центра нашей компании. Мы высоко ценим Ваше мнение и опыт и очень заинтересованы в Вашем отзыве, который будет способствовать повышению качества обслуживания клиентов. Пожалуйста, уделите несколько минут, чтобы ответить на наши простые вопросы...». Если бы со мной как-то не так поговорили или не ответили на мои вопросы, я бы высказал все, что думаю. И менеджеры получили бы возможность немедленно принять меры, чтобы исправить ситуацию и, возможно, удержать клиента.

В данной ситуации было уместно спрашивать мнение пользователя, но также я хочу привести пример, когда мнение клиента можно не учитывать.

Приведу второй пример.

Вы, наверняка, не раз слышали плохие отзывы о продуктах Apple от людей, которые не могут себе позволить приобрести их. Они рассказывают о плохом качестве, неудобстве, высокой стоимости, и о массе других факторов не в пользу Apple. Но ключевым моментом

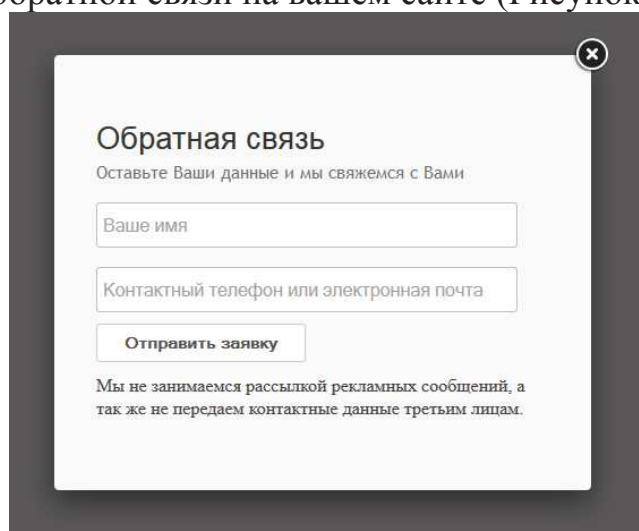
является то, что они никогда не пользовались этими продуктами. Такая обратная связь для компании не будет полезна.

Как обратиться к клиентам, чтобы они отреагировали

Как мы уже выяснили ранее, не только отправка сообщений на имейл является обратной связью, но и различные опросы, предложения тоже относятся к этому. Поэтому, чтобы посетители вашего сайта хотели с вами общаться добровольно, не нужно навязывать им очередной опрос. Достаточно разместить на сайте небольшую форму, которая содержит в себе рейтинговую систему или 2-3 вопроса о вашем продукте или сайте. Тогда пользователь не будет слишком много тратить времени на это и с радостью ответит на ваши вопросы или поставит честную оценку.

Виды обратной связи

№1 — Форма обратной связи на вашем сайте (Рисунок 1).



Обратная связь

Оставьте Ваши данные и мы свяжемся с Вами.

Ваше имя

Контактный телефон или электронная почта

Отправить заявку

Мы не занимаемся рассылкой рекламных сообщений, а так же не передаем контактные данные третьим лицам.

Рисунок 1 – Форма обратной связи

Данный вид обратной связи позволяет клиенту напрямую связаться с продавцом или разработчиком сайта или сервиса. Вы можете таким способом спросить более подробно про продукт или сервис, которым вы пользуетесь или покупаете. Также можете написать таким способом отзыв.

№2 — Раздел FAQ

Раздел FAQ или раздел вопросов-ответов (рисунок 2) на Вашем сайте – очень хороший способ узнать пробелы в своих продуктах.

Если у клиентов очень часто возникают одни и те же вопросы по поводу вашего продукта — значит это повод вынести эти вопросы в отдельный пост, это сэкономит вам очень много времени, а также вашему клиенту.

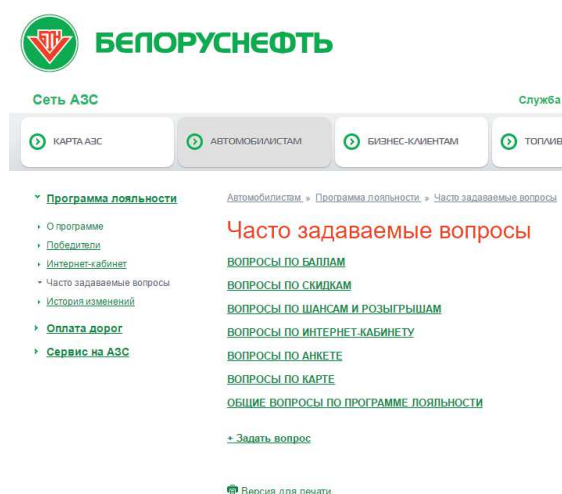


Рисунок 2 – Часто задаваемые вопросы

№3 — Опрос

Опросы и анкетирование помогут вашему сайту стать лучше. С помощью этого вида обратной связи вы можете задавать вопросы напрямую клиенту, который зашёл на ваш сайт или сервис:

1. Что можно улучшить в нашей работе?
2. Как вы оцените наш продукт (сервис)?
3. Откуда вы узнали о нас?
4. Посоветуете ли вы нашу компанию своим знакомым?

Как правило, если это будет оформлено в интересном виде, то пользователь очень охотно ответит на ваш опрос (Рисунок 3). Также можно показать пользователю результаты опроса в отдельном блоке

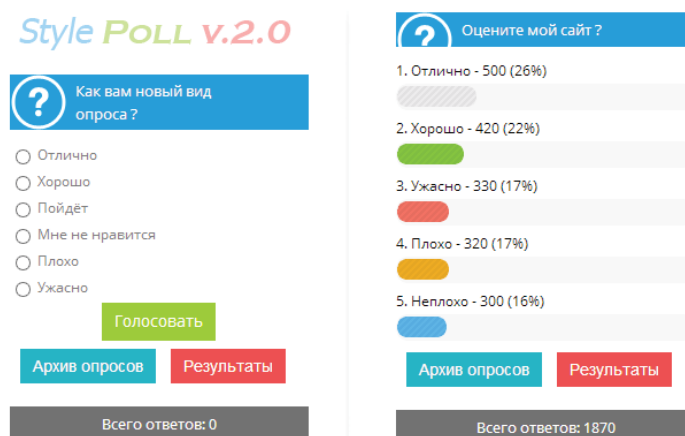


Рисунок 3 – Опрос на сайте и результаты

№4 — Мониторинг интернета и социальных сетей

Многие пользователи не всегда хотят оставлять свои отзывы именно на самом сайте, очень часто они пишут свои отзывы в социальных сетях или на отзывных сайтах, таких как irecommend.ru или otzovik.ru.

Вам необходимо следить за этим, т.к. как правило люди таким способом высказывают правдивое мнение (рисунок 4).

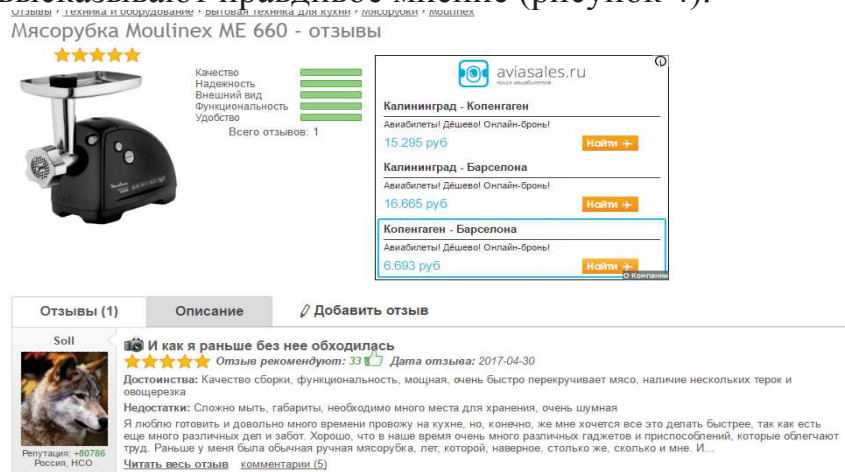


Рисунок 4 – Отзыв клиента

№5 — Звонки клиентам

Важно иметь доверительные отношения с клиентом. Очень хорошим видом обратной связи является телефонный звонок (рисунок 5).

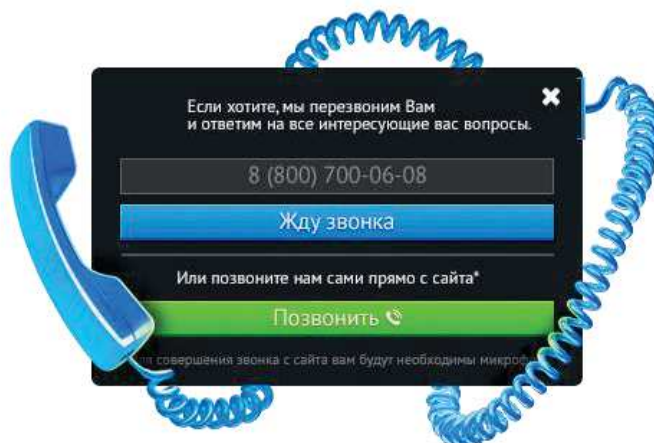


Рисунок 5 – Обратный звонок

Как только вы звоните клиенту, он чувствует, что вы ему не безразличны и начинает вам доверять. Также можно разместить на своём сайте услугу «Обратный звонок», чтобы клиент сам не искал ваш номер телефона.

Правильно продуманная обратная связь на сайте сможет увеличить конверсию вашего сайта.